

文小言×蛋仔派对IP联动传播

- ◆ 品牌名称：百度文小言
- ◆ 所属行业：互联网
- ◆ 执行时间：2025.04.08-04.17
- ◆ 参选类别：娱乐营销类





YOUR LOGO



PART.01

项目背景



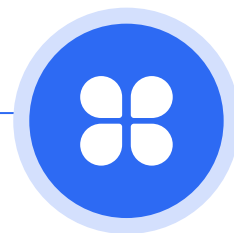
品牌营销背景与问题

百度文小言APP作为百度旗下AI驱动的智能互动互联网产品，核心优势在于语音交互、场景化问答技术。本项目核心诉求有两点，一是需快速推广“AI语聊功能”（含角色化交互、实时陪伴能力），打破用户对其“工具属性”的固化认知，建立“年轻化、娱乐化”的品牌联想；二是需触达Z世代核心用户群体，填补品牌在泛娱乐场景中的用户空白。

网易蛋仔派对作为现象级休闲竞技手游，拥有超3500万核心粉丝，用户画像（12-25岁Z世代、偏好萌系IP、热衷社交互动）与百度文小言高度契合。本次联动需解决的核心问题是，如何将百度文小言“AI语聊功能”转化为用户可感知的娱乐体验，而非生硬科普；同时借蛋仔IP势能，实现“游戏用户→文小言端内→功能留存”的转化，避免跨界联动流于表面。



跨界营销同质化突围难



01

2025年互联网IP联动密集，多数案例停留在“海报+短视频”单向传播，缺乏深度互动设计，用户易产生审美疲劳。百度文小言需设计“可参与、可分享”的差异化玩法，避免陷入“联名即跟风”的困境。

蛋仔用户端内转化难

01

蛋仔派对用户核心互动场景集中在游戏内，对跳转外部APP（百度文小言）存在天然抵触。从“游戏内看到活动信息→下载文小言→找到蛋小黄互动”的跨APP转化路径较长，每一步均可能造成用户流失。

02

同时，需让用户感知“下载文小言参加活动”的独特价值（如专属游戏福利、蛋小黄独家互动），避免因“额外操作成本”放弃转化，如何缩短路径、强化价值感知成为关键。

活动传播广度扩大难

01

核心传播周期时间紧凑且资源有限，需突破“蛋仔核心粉丝圈”触达泛Z世代用户。但目标人群分散于小红书、微博、B站、游戏社群等多渠道，单一渠道覆盖范围有限。



02

若仅依赖蛋仔官方渠道，易陷入“传播闭环”，难以触达非蛋仔玩家。如何在短时间内实现“核心粉丝→圈层扩散→泛用户覆盖”的层级传播，避免传播局限于小范围，是核心困境。



福利与功能的转化衔接难



用户易因“彩虹币、蛋仔皮肤”等游戏福利参与活动，但如何引导“福利驱动型用户”进一步体验“蛋小黄AI语聊”功能，避免“领完福利即卸载”的无效参与，实现“短期活动参与→长期功能留存”的衔接，需设计清晰的体验路径与价值引导。



YOUR LOGO



PART.02

项目目标



数据目标



- 在4.16 - 4.17核心传播周期内，全平台累计**曝光突破8000万**，覆盖蛋仔派对核心粉丝及泛Z世代互联网用户，强化 **“百度文小言 = 年轻、有趣的AI搭子”** 认知。
- 全平台累计**互动量达4万+**，其中 **“蛋小黄AI语聊”** 功能**体验率超60%**，避免 “只领福利不体验功能” 的无效参与。
- 微博核心话题**#文小言蛋搭子上线#****阅读量突破1亿**，激发UGC内容50+篇，形成圈层自发传播。
- 4月 - 8月活动期间百度文小言**新增用户突破30万**，其中通过 “蛋小黄AI语聊” 功能留存的用户占比超40%，完成 “曝光 - 体验 - 留存” 的转化。

“萌系人设 + 情感陪伴” 是核心吸引力

- 本次联动核心**目标人群为12 - 25岁Z世代用户**（含蛋仔派对核心玩家、AI互动产品爱好者）。结合百度用户数据及蛋仔派对社群调研发现，Z世代对蛋仔派对“蛋小黄”的萌系形象接受度达92%，且78%的用户表示“愿意与IP角色进行日常互动”，反感“无人设的冰冷AI”，渴望“像朋友一样的陪伴感”。
- 该群体对**“可玩、可晒”的营销形式参与意愿超85%**，如“AI对话截图分享”“话题二创”，而对纯海报、长视频广告的点击率不足15%，需以“游戏化思维”设计参与场景。
- 用户参与初期多因“彩虹币、皮肤”等游戏福利，但**65%的用户表示“若功能有趣，会持续使用”**，需以福利为入口，以优质功能体验实现留存。

互动玩法 > 被动看广告

“福利驱动 + 功能种草” 双轨起效

IP人设深度绑定

01

本次案例以“AI破次元，让技术成为‘蛋搭子’”为核心策略，通过“IP人设绑定+技术娱乐化+媒介精准组合+福利闭环”四大路径，实现品牌诉求与娱乐体验的深度融合。



02

不局限于“联名”，将百度文小言“AI语聊功能”完全植入“蛋小黄”人设。设计专属对话脚本（含蛋仔游戏攻略、日常闲聊、趣味互动），让“百度AI技术”成为“蛋小黄会聊天的能力”，降低用户技术理解门槛。

技术娱乐化表达 × 媒介精准组合 → 创意诉求与福利闭环



运用百度领先的“实时语音交互技术”“场景化NLP算法”，让蛋小黄实现“秒级响应、精准接梗”，将“技术优势”转化为“有趣的互动体验”。

针对Z世代活跃平台特性设计差异化内容。小红书侧重“KOL真实体验种草”，微博侧重“话题引爆 + 福利传播”，B站侧重“AI互动趣味实测”，官宣平台（百度系 + 蛋仔系）侧重“核心粉丝触达”。

以官宣文案核心诉求“这是我的新搭子”为传播主线，传递“百度文小言蛋小黄 = 游戏外的陪伴型蛋搭子”。同时设计“体验语聊 → 领福利 → 分享得额外奖励”闭环，引导用户从“福利参与”转向“功能体验”。



YOUR LOGO



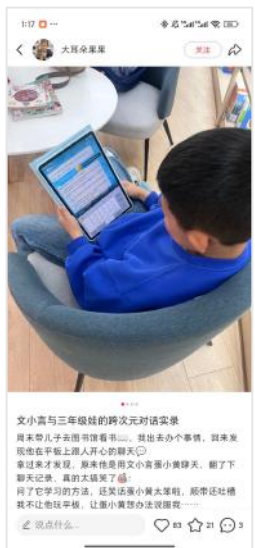
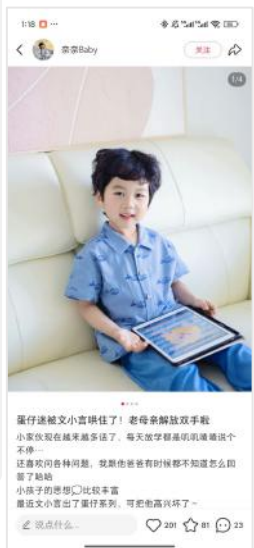
PART.03

媒介执行



互动性突破：从“单向传播”到“实时对话”

- 打破传统跨界“看海报、刷视频”的单向模式，**首创“蛋小黄AI语聊”实时互动玩法**。用户可在百度文小言APP内与蛋小黄聊游戏、谈日常，甚至玩成语接龙，实现“品牌功能 = 娱乐内容”的转化。
- 针对各平台用户偏好设计内容。小红书KOL发布“蛋小黄聊天截图 + 福利攻略”（适配“种草”调性），微博发起#文小言蛋搭子上线#话题（适配“热点扩散”调性），B站发布“蛋小黄搞笑对话合集”（适配“二次元深度内容”调性），避免资源浪费。
- 设计“体验蛋小黄语聊3分钟→获取福利兑换码→分享互动截图得额外彩虹币”的路径，避免“领完福利就走”。



视频号&B站创意视频官宣后，均收获较高播放及互动

【官宣视频】

https://www.xiaohongshu.com/explore/67ff29b4000000001e00bdbd?xsec_token=ABq0A11FP95kvrllAoHrcagOCd3URLQ0H3tnq7xwRLyTA=&xsec_source=pc_like

(主发平台为视频号@文小言APP，互动量高达6k+，因视频号平台限制原因，无法分享分享外链，此处附小红书发布链接)

B站：【文小言APP】☁️请选择你的天气蛋仔☁️

https://www.bilibili.com/video/BV1YK5jzWEB4/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=0901d32d4a15aa11269b15f2775ce208





YOUR LOGO



PART.04

效果反馈



互动参与度 —— 深度互动突出，远超预期

- 全平台累计**互动量达14万+**，较预设目标（4万）**超额250%**，其中小红书互动4.8万+，B站互动3.1万+，微博互动4046+，官宣平台互动6.6万+
- 微博核心话题 #文小言蛋搭子上线# **阅读量达1.2亿+**。累计激发UGC内容50+篇，其中小红书“蛋小黄聊天截图”爆款内容**单篇阅读达10万+**，形成“官方传播 - 用户扩散”的长尾效应。

99

